
Datum: 01.06.2001
Gericht: Oberlandesgericht Köln
Spruchkörper: 6. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 6 U 10/01
ECLI: ECLI:DE:OLGK:2001:0601.6U10.01.00

Vorinstanz: Landgericht Köln, 33 O 346/00

Tenor:

Auf die Berufung der Antragsgegnerin wird das am 07.12.2000 verkündete Urteil der 4. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Köln - 84 O 79/00 - teilweise abgeändert und insgesamt wie folgt neu gefasst: Die einstweilige Verfügung der 33. Zivilkammer des Landgerichts Köln vom 05.07.2000 - 33 O 346/00 - wird hinsichtlich der Punkte 1 b), c), e) und g) aufgehoben; insoweit wird der auf ihren Erlass gerichtete Antrag zurückgewiesen. Im darüber hinausgehenden Umfang wird die einstweilige Ver- einstweilige Verfügung bestätigt. Von den Kosten des Rechtsstreits in erster Instanz werden dem Antragsteller 5/7, der Antragsgegnerin 2/7 auferlegt. Die Kosten des Berufungsverfahrens haben der Antragsteller mit 1/3, die Antragsgegnerin mit 2/3 zu tragen.

Entscheidungsgründe

1

Die in formeller Hinsicht einwandfreie Berufung ist insgesamt zulässig. In der Sache vermag die Antragsgegnerin mit ihrem Rechtsmittel jedoch nur teilweise, nämlich hinsichtlich des zu Ziff. 1 g) des Unterlassungsantrags bestätigten Verbots, durchzudringen.

2

I.

3

Soweit die Antragsgegnerin geltend macht, dass der mit dem angefochtenen Urteil aufrechterhaltene Verbotsausspruch teilweise zu weit gefasst sei, hat das allerdings keinen Erfolg.

4

5

Zwar trifft es zu, dass das Landgericht das mit dem Unter-

lassungsantrag unter 1 a) begehrte Verbot lediglich hinsichtlich der Aussage "...Diese Stoffe...sollen sogar vor Krebs schützen" aufrechterhalten hat. Im übrigen hat es die mit dem Antrag gleichfalls angegriffenen Werbeaussagen ("Denn die Mittelmeerküche bietet die besten Voraussetzungen für ein langes Leben: Sie rüstet das Immunsystem auf, stärkt Herz und Kreislauf und entwirft freie Radikale....") für zulässig gehalten. Auch wenn diese sachliche Beschränkung des Verbotes in der Formulierung des Tenors der angefochtenen Entscheidung keinen Niederschlag findet, da in der bestätigten einstweiligen Verfügung die gesamte Textpassage wiedergegeben ist, in der die mit dem Unterlassungsantrag zu 1 a) beanstandeten Aussagen der Werbeanzeige enthalten sind, geht jedoch der tatsächliche Umfang des aufrechterhaltenen Verbots zweifelsfrei aus den Entscheidungsgründen des angefochtenen Urteils hervor. Vor diesem Hintergrund sind die sachliche Reichweite des in der angefochtenen Entscheidung bestätigten Verbots sowie dessen Vollstreckungsmöglichkeiten mit hinreichender Klarheit festgelegt und greift der Einwand der Antragsgegnerin nicht, das Landgericht habe - soweit die einstweilige Verfügung bestätigt wurde - das titulierte bzw. aufrechterhaltene Verbot zu weit belassen. Auf die Kostenfolge, welche die mit der teilweisen Reduzierung des Verbotsausspruchs vorgenommene Teilabweisung des unter Ziff. 1 a) verfolgten Unterlassungsanspruchs nach sich zieht, wird im Rahmen der nachfolgenden Kostenentscheidung noch gesondert einzugehen sein.

Hinsichtlich des Unterlassungsantrags unter Ziff. 1 d) gilt Entsprechendes. Der Antragsteller hat das Verbot wegen der Aussage "Laut Studien kann Rotwein dazu beitragen, den Cholesterinspiegel zu senken oder auch Herzkrankheiten vorzubeugen" beantragt und auch erwirkt (vgl. Bl. 20). In dem angefochtenen Urteil wurde das Verbot indessen allein wegen der ausgelobten vorbeugenden Wirkung gegen Herzkrankheiten aufrechterhalten, was in der Sache ebenfalls eine teilweise Zurückweisung des Antrags unter Ziff. 1 d) darstellt. Denn der Antragsteller hat nach der Antragsbegründung *alternativ* Unterlassung sowohl der Aussage in bezug auf die Senkung des Cholesterinspiegels als auch in bezug auf die Vorbeugung vor Herzkrankheiten begehrt. Obwohl die dargestellte Beschränkung des Verbots im Tenor des landgerichtlichen Urteils nicht zum Ausdruck gebracht ist, lässt sich dessen Entscheidungsgründen auch hier der tatsächliche Umfang der Bestätigung des Unterlassungsausspruchs eindeutig entnehmen.

II. 8

Die von der Antragsgegnerin gegenüber ihrer Verurteilung in der Sache vorgebrachten Einwände, mit denen sie in dem über die angefochtene Entscheidung hinausgehenden Umfang insgesamt die Aufhebung der einstweiligen Verfügung sowie die Abweisung des auf ihren Erlass gerichteten Antrags zu erreichen sucht, greifen nur hinsichtlich des mit dem Antrag zu 1 g) vom Antragsteller verfolgten Unterlassungsanspruchs.

Im Einzelnen begründet sich dieses Ergebnis wie folgt: 10

1. Unterlassungsantrag gemäß Ziff. 1 a): 11

Zu Recht hat das Landgericht der Antragsgegnerin verboten, wie in der streitbefangenen Werbeanzeige geschehen, zu behaupten, dass die in frischem Gemüse und Salat mit Olivenöl enthaltenen Vitamine E, C und Beta-Carotin "...sogar vor Krebs schützen" sollen. Die genannte Behauptung stellt sich als eine mit § 18 Abs. 1 Nr. 1 LMBG unvereinbare krankheitsbezogene Lebensmittelwerbung dar, deren Unterlassung der antragstellende 12

Verband nach Maßgabe von §§ 1, 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG verlangen kann.

Gemäß § 18 Abs. 1 Nr. 1 ist es verboten, im Verkehr oder in der Werbung mit Lebensmitteln Aussagen zu verwenden, die sich auf die Beseitigung, Linderung oder Verhütung von Krankheiten beziehen. So liegt der Fall hier, soweit die Antragsgegnerin mit der vorbezeichneten Werbeaussage für die darin erwähnten Lebensmittel behauptet, diese "...sollen sogar vor Krebs schützen". 13

a) Soweit die Antragsgegnerin von vornherein in Abrede stellt, dass es sich bei der hier fraglichen Aussage überhaupt um eine vom Tatbestand des § 18 Abs. 1 Nr. 1 LMBG erfasste Werbung für Lebensmittel handelt, vermag das nicht zu überzeugen. Das LMBG nimmt keine Definition des Begriffs der "Werbung" vor; diese wird vielmehr als ein Fall des "Anbietens" verstanden, der gem. § 7 Abs. 1 LMBG wiederum unter den Begriff des "Inverkehrbringens" zu subsumieren ist. Inverkehrbringen in der Form des Anbietens ist danach jede Erklärung der Bereitschaft in irgendeiner (ausdrücklichen oder schlüssigen) Form dritten Personen gegenüber, diesen bestimmte Waren zur freien Verfügung zu übergeben, sei es entgeltlich oder unentgeltlich, gewerbsmäßig, allgemein oder im Einzelfall sowie jede Form der Anregung zur Anschaffung von Ware. Hierunter fällt jede Werbung in Wort, Bild oder Ton (vgl. Zipfel/Rathke, Lebensmittelrecht, § 7 LMBG Rdn. 10 m.w.N.). Nicht als "Anbieten" in diesem Sinne stellt sich die sog. Gruppen- oder Gemeinschaftswerbung dar, die nur eine bestimmte Gattung von Lebensmitteln (z.B. Butter, Margarine, Zigaretten) anpreist, ohne auf die Erzeugnisse eines bestimmten Herstellers oder auf bestimmte Marken hinzuweisen (vgl. Zipfel/Rathke, a.a.O.). Schon nach diesen Maßstäben handelt es sich bei der hier zu beurteilenden Aussage betreffend die vorbezeichneten Wirkungen der Inhaltsstoffe von frischem Gemüse und Salat mit Olivenöl indessen um das Angebot bzw. die Werbung für bestimmte Waren. Entgegen der Ansicht der Antragsgegnerin wird nicht lediglich eine Gattung von Lebensmitteln ohne erkennbaren Bezug zu den von ihr konkret unter ihren Hausmarken vertriebenen Erzeugnissen angeboten. Die Antragsgegnerin führt vielmehr unmittelbar im Anschluss an die in Rede stehende Aussage an, dass u.a. "...mit den Produkten aus ökologischer Landwirtschaft von F. - den Leistungsmarken von R. - ...diese und noch weitere Nährstoffe ganz leicht ins Netz" gingen, wobei in der weiteren Werbung auch diverse Gemüse- und Salatsorten, darunter ein mit der Marke "F." gekennzeichnetes Netz Zwiebeln, abgebildet sind. In dieser Situation kann aber kein Zweifel daran bestehen, dass die Antragsgegnerin gerade die von ihr unter ihrer Marke angebotenen frischen Gemüse und Salate mit Olivenöl und nicht lediglich die Gattung "Gemüse" und "Salat mit Olivenöl" im allgemeinen anpreist. Es handelt sich daher um das Angebot bestimmter, konkreter Lebensmittel, mithin um Werbung im aufgezeigten Sinne. Ist aber die angegriffene Werbeaussage daher schon aus diesem Grund als eine vom Tatbestand des § 18 Abs. 1 Nr. 1 LMBG erfasste Werbung zu verstehen, bedarf es nicht des Eingehens auf die Frage, ob sich § 18 LMB darüber hinaus auch auf die Fälle der sog. "Gruppenwerbung" erstreckt, die sich gerade nicht auf ein bestimmtes, konkretes Lebensmittel, sondern auf eine bestimmte Gattung von Lebensmitteln bezieht (vgl. Zipfel/Rathke, a.a.O., § 7 LMBG Rdn. 30 und § 18 LMBG Rdn. 13 und 14), und sich die streitbefangene Werbeaussage daher jedenfalls nach dem Verbot krankheitsbezogener Werbung beurteilen lassen muss. 14

b) Die streitbefangene Werbeaussage weist auch den in § 18 Abs. 1 Nr. 1 LMBG geforderten "Krankheitsbezug" auf. Denn ein nicht unerheblicher Teil des angesprochenen Verkehrs, dem die Mitglieder des erkennenden Senats zugehörig sind, wird diese Werbeaussage dahin verstehen, dass der ausreichende Genuss von frischem Gemüse sowie Salat mit Olivenöl geeignet ist, der Entstehung von Krebs, mithin einer eindeutig als Krankheit zu beurteilenden Störung der Beschaffenheit und/oder Funktionen des menschlichen Körpers, vorzubeugen. 15

Daran ändert zum einen der Umstand nichts, dass die Antragsgegnerin die Eignung der in frischem Gemüse und in Salat mit Olivenöl enthaltenen Vitamine E, C und Beta-Carotin nicht unmittelbar als ihre eigene Erkenntnis darstellt, sondern diese mit der Formulierung "...sollen (Hervorhebung durch den Senat) sogar vor Krebs schützen" als die von ihr zitierte Meinung Dritter ausgibt. Denn eine Distanz dergestalt, dass die Antragsgegnerin selbst diese Meinung für zweifelhaft hält und von ihr abrückt, wird dadurch nicht zum Ausdruck gebracht. Indem die Antragsgegnerin eben diese Meinung gerade im Zusammenhang mit den im übrigen beworbenen gesundheitsfördernden und lebensverlängernden Eigenschaften der "Mittelmeerküche" insbesondere für die als Bestandteile eben dieser Ernährungsweise dargestellten Gemüse und Salat (mit Olivenöl) bzw. die darin enthaltenen Vitamine zitiert, macht sie sich diese vielmehr zu eigen und lobt die danach behauptete schützende Wirkung vor Krebs selbst für die beworbenen Lebensmittel aus. 16

Diese Aussage bezieht sich weiter auch auf die Verhütung einer Krankheit. Soweit die Antragsgegnerin meint, damit werde keine Aussage betreffend die Verhütung einer bestimmten Krankheit bezeichnet, weil die Bezeichnung "Krebs" nur die allgemeine Umschreibung für "bösartige Neubildung" darstelle und es derart viele unterschiedliche Arten von Krebserkrankungen gebe, dass kein Adressat der Werbung die Angabe "Krebs" mit einer bestimmten Krebserkrankung in Verbindung bringe, vermag das nicht zu überzeugen. 17

Allerdings es richtig, dass das in § 18 Abs. 1 Nr. 1 LMBG formulierte Verbot krankheitsbezogener Lebensmittelwerbung voraussetzt, dass der Bezug zu einer bestimmten oder doch zumindest bestimmbarer Krankheit erkennbar ist (vgl. BGH WRP 1998, 505/506 - "Gelenk-Nahrung"-; Zipfel/Rathke, a.a.O., § 18 LMBG Rdn. 19). Nicht erforderlich ist indessen, dass eine bestimmte konkrete Krankheit im medizinisch-fachlichen Sinne ausdrücklich genannt wird. Es reicht vielmehr aus, dass nicht unerhebliche Teile des von der Werbung angesprochenen Verkehrs aufgrund der dort verwendeten Bezeichnung und/oder der angesprochenen Symptome auf das Vorliegen einer bestimmten Krankheit schließen (vgl. BGH WRP 1998, 505/506 - "Gelenk-Nahrung"; Zipfel/Rathke, a.a.O., § 18 LMBG, Rdn. 16 und 17 a; vgl. auch Weidert in GRUR 1999, 955/958, rechte Spalte oben). Das ist hier der Fall. Denn auch wenn "Krebs" für sich genommen in den verschiedensten Ausprägungen und Erscheinungsformen denkbar ist, ändert das nichts daran, dass der Verkehr damit eine bestimmte Form der Erkrankung, nämlich den Befall des Körpers mit malignen Tumoren, assoziiert. "Krebs" wird danach als Oberbegriff einer bestimmten Erkrankung verstanden, die sich - je nach den befallenen Organen - in verschiedenen medizinischen Erscheinungsbildern (z.B. "Lungenkrebs", "Hautkrebs", "Darmkrebs") und Arten zum Ausdruck bringt. Selbst wenn daher in der hier zu beurteilenden Werbeaussage keine spezifischen Krebsarten genannt sind, so versteht der Verkehr den Hinweis "...sollen sogar vor Krebs schützen" als einen solchen auf die Eignung der beworbenen Lebensmittel, die Entstehung einer bestimmten Krankheit zu verhüten, so dass der erforderliche Krankheitsbezug der Lebensmittelwerbung zu bejahen ist. Denn dass es sich bei Krebs überhaupt um eine Krankheit, nämlich um eine Störung der normalen Beschaffenheit oder der normalen Funktion des Körpers handelt (vgl. Zipfel/Rathke, a.a.O., § 18 LMBG Rdn. 16), kann keinem Zweifel unterliegen und wird auch von der Antragsgegnerin nicht in Abrede gestellt. 18

1. Unterlassungsantrag gem. Ziff. 1 d): 19

Auch soweit das landgerichtliche Urteil die weitere Aussage "Laut Studien kann Rotwein dazu beitragen....Herzkrankheiten vorzubeugen" wegen Verstoßes gegen § 18 Abs. 1 Nr. 1 LMBG als krankheitsbezogene Lebensmittelwerbung untersagt hat, hält es den mit der Berufung vorgebrachten Beanstandungen der Antragsgegnerin stand. 20

a) Nach den eingangs dargestellten Maßstäben handelt es sich bei dieser Aussage um eine von § 18 Abs. 1 LMBG erfasste Lebensmittelwerbung. Denn auch hier wird gerade unter Bezug auf die Hausmarken der Antragsgegnerin für Rotwein, mithin für ein bestimmtes Lebensmittel geworben. Letztlich kann das aber dahinstehen, weil - wie sich dies aus dem Wortlaut des § 18 Abs. 1 LMBG "...oder in der Werbung für Lebensmittel allgemein..." ergibt - das Verbot der krankheitsbezogenen Werbung auch die sog. Gruppenwerbung erfasst, die sich nicht auf ein bestimmtes, konkretes Lebensmittel eines Herstellers, sondern auf eine bestimmte Gattung von Lebensmitteln bezieht (vgl. Zipfel/Rathke, a.a.O., § 7 LMBG Rdn. 30; § 18 Rdn. 14). 21

b) Die Werbeaussage bezieht sich weiter auch auf die Verhütung von Krankheiten. 22

aa) Soweit die Antragsgegnerin einwendet, mit der in Frage stehenden Aussage werde die Eignung von Rotwein, zu einer Vorbeugung von Herzkrankheiten beizutragen, nicht definitiv behauptet, sondern lediglich als möglich dargestellt, rechtfertigt das keine abweichende Wertung. Denn mit dem Hinweis auf "Studien", nach denen Rotwein u.a. dazu beitragen könne, auch Herzkrankheiten vorzubeugen, hat die Antragsgegnerin sich diese bzw. deren dargestelltes Ergebnis zu eigen gemacht. Soweit die präventive Wirkung von Rotwein vor Herzkrankheiten lediglich als möglich ("...kann ...dazu beitragen...") dargestellt wird, schwächt das die behauptete krankheitsvorbeugende Wirkung von Rotwein nicht etwa dahin ab, dass diese als nicht ernsthaft in Betracht zu ziehende Außenseitermeinung oder als letztlich nicht belegbare Auffassung dargestellt wird. Gerade der Hinweis auf "Studien" suggeriert, dass zur Frage der Wirksamkeit von Rotwein betreffend u.a. die Vorbeugung vor Herzerkrankungen Untersuchungen vorliegen, die in bezug auf die Methodik wissenschaftlichen Anforderungen genügenden. Der danach gewonnenen Erkenntnis, wonach "...Rotwein dazu beitragen kann, den Cholesterinspiegel zu senken oder auch Herzerkrankungen vorzubeugen", kommt folglich ein gewisses Gewicht zu, wonach diese Wirkungen als wissenschaftlich belegt und belegbar in Betracht zu ziehen sind. Daran, dass die angesprochene vorbeugende Wirkungen nicht als mit Sicherheit oder Gewissheit eintretend versprochen sind, ist der Verbraucher bei Vorgängen, die immerhin individuelle physische und physiologische Prozesse betreffen, gewöhnt und versteht die Formulierung "...kann...dazu beitragen" vor dem dargestellten Hintergrund daher nicht etwa als eine die Ernsthaftigkeit der Aussage, dass Rotwein u.a. Herzerkrankungen verhüten helfen kann, in Frage stellende Einschränkung. 23

bb) Der werbliche Hinweis auf die Eignung von Rotwein, zur Vorbeugung von Herzkrankheiten beizutragen, stellt auch den nach § 18 Abs. 1 Nr. 1 LMBG geforderten Bezug zu einer bestimmten Krankheit her. Dabei trifft es zwar zu, dass der Begriff der "Herzerkrankungen" für sich genommen denkbar unspezifisch ist und die verschiedensten Krankheitsbilder und -symptome zusammenfasst. Indessen kann im Streitfall nicht übersehen werden, dass die Antragsgegnerin die vorbeugende Wirkung von Rotwein vor Herzkrankheiten gerade im Zusammenhang mit der ebenfalls ausgelobten Wirkung, einen Beitrag zur Senkung des Cholesterinspiegels leisten zu können, angeführt hat. Die Kreise des von der Werbung angesprochenen Verkehrs, denen aus eigener Erfahrung oder aus dem Bekannten- und/oder Verwandtenkreis oder aus sonstigen Informationsquellen bekannt ist, dass es bei einem erhöhten Cholesterinspiegel beispielsweise zu arteriosklerotischen Veränderungen und infolgedessen zu koronaren Herzerkrankungen bis hin zum Herzinfarkt kommen kann, werden aber eben diese besondere Form der Herzerkrankungen in der Werbeaussage konkret angesprochen sehen und daher den Bezug zu einer "bestimmten" Krankheit erkennen, zu deren Vorbeugung der maßvolle Genuss von Rotwein beitragen kann. Die genannten Verkehrskreise sind dabei auch als erheblich anzusehen. Denn der 24

Zusammenhang zwischen einem erhöhten Cholesterinspiegel sowie Gefäßveränderungen und als deren Folge möglichen koronaren Herzerkrankungen zählt - was die zu den angesprochenen Werbeadressaten zählenden Mitglieder des Senats aus eigener Sachkunde und Lebenserfahrung beurteilen können - in dieser Allgemeinheit zwischenzeitlich zum weit verbreiteten und populären Gesundheitswissen. Das rechtfertigt die Annahme, dass den von der Werbung angesprochenen Adressaten zu einem großen Teil eben dieser Zusammenhang bekannt ist und sie den Aussagewert der in Frage stehenden Werbebehauptung betreffend den Beitrag, den Rotwein zur Senkung des Cholesterinspiegels oder zur Vorbeugung von Herzerkrankungen leisten kann, vor dem Hintergrund dieses Wissens interpretieren und daher i.S. von § 18 Abs. 1 Nr. 1 LMBG mit dem werblichen Hinweis, dass Rotwein dazu beitragen kann, Herzkrankheiten vorzubeugen, eine bestimmte Krankheit in bezug genommen sehen.

Entgegen der Ansicht der Antragsgegnerin ist diese Wertung auch mit Sinn und Zweck des § 18 Abs. 1 Nr. 1 LMBG vereinbar. Das mit § 18 Abs. 1 Nr. 1 LMBG verfolgte Verbot der krankheitsbezogenen Lebensmittelwerbung soll eine "Selbstbehandlung" der angesprochenen Verbraucher verhindern. Unabhängig davon, ob dem beworbenen Lebensmittel die Wirkungen der Beseitigung, Linderung oder Verhütung von Krankheiten tatsächlich zukommen, soll der angesprochene Verkehr vor Selbstbehandlungen und Fehleinschätzungen über die Entbehrlichkeit ärztlicher Behandlungen geschützt werden. Es soll verhindert werden, dass er das beworbene Lebensmittel als Arzneimitteleratz betrachtet, mit dem eine wirksame und ausreichende Selbstbehandlung möglich sei, bzw. dass bei ihm der Eindruck entsteht, er könne durch den Verzehr des angepriesenen Lebensmittels als solches Krankheiten beseitigen, lindern oder verhüten (vgl. BGH WRP 1998, 505/506 - "Gelenk-Nahrung"; Weidert, a.a.O., S. 957 f; Zipfel/Rathke, a.a.O., § 18 LMBG Rdn. 8). Eben dieser Eindruck wird aber mit der fraglichen Werbeaussage hervorgerufen. Auch wenn der Verkehr nicht ohne weiteres damit rechnet, bei im übrigen ungesunder Lebensweise allein durch den regelmäßigen Konsum eines oder zweier Gläser Rotwein Herzerkrankungen vorbeugen zu können, so besteht doch die Gefahr, dass diejenigen Verbraucher, die sich einer maßvollen gesunden Lebensweise befleißigen, erwarten, sich durch den in der Werbeaussage angesprochenen zusätzlichen Verzehr von Rotwein vor - durch einen hohen Cholesterinspiegel bedingten - Herzerkrankungen schützen zu können, und auf ärztliche Konsultationen verzichten und den eigentlich erforderlichen Gang zum Arzt unterlassen, um dort ggf. ihren individuellen gesundheitlichen Status betreffend die konkrete Disposition zu Herzerkrankungen feststellen zu lassen. Dieser Teil des Verkehrs misst dann aber allein dem beworbenen Verzehr von Rotwein die Eignung eines der Gefahr von Herzerkrankungen vorbeugenden Mittels zu, was nach der in § 18 Abs. 1 Nr. 1 LMBG getroffenen Regelung gerade vermieden werden soll.

1. Unterlassungsantrag gemäß Ziff. 1 f): 26

Die Antragsgegnerin vermag mit ihrem Rechtsmittel ebenfalls nicht durchzudringen, soweit das Landgericht die mit dem Unterlassungsantrag unter Ziff. 1 f) angegriffene Aussage "...Diese können...den Blutdruck regulieren und sollen sogar eine krebsvorbeugende oder -hemmende Wirkung haben" als nach Maßgabe von § 18 Abs. 1 Nr. 1 LMBG i.V. mit § 1 UWG unzulässige Lebensmittelwerbung verboten hat. 27

Dass und warum sich die Werbeaussage hinsichtlich der angesprochenen "krebsvorbeugenden oder -hemmenden Wirkung" von frischem Gemüse bzw. den darin enthaltenen "Beta-Carotin und Ballaststoffen" sowie "wichtigen sekundären Pflanzenstoffen" als vom Verbotstatbestand des § 18 Abs. 1 Nr. 1 LMBG erfasste krankheitsbezogene 28

Lebensmittelwerbung darstellt, ergibt sich aus den obigen Ausführungen unter Abschnitt II. 1., die auch hier Geltung beanspruchen und auf die daher zur Vermeidung von Wiederholungen in vollem Umfang Bezug genommen wird. Ergänzend ist lediglich anzumerken, dass die bei der hier zu beurteilenden Aussage behauptete krebshemmende Wirkung sogar eine über die mögliche Vorbeugung vor dieser Krankheit hinausgehende günstige Einflussnahme auf die Entwicklung von Krebs bei bereits erkrankten Menschen auslobt, was die Werbung umso mehr in die Nähe einer arzneilichen Wirkungen versprechende Lebensmittelwerbung rückt.

Aber auch hinsichtlich der seitens der Antragsgegnerin behaupteten Eignung frischen Gemüses zur Blutdruckregulierung liegt eine krankheitsbezogene Werbung vor. Denn der verwendete Begriff der "Regulierung" suggeriert, dass Abweichungen vorhanden sind, die der Beeinflussung im Sinne eines Ausgleichs oder einer Normalisierung bzw. "Begradigung" bedürfen. Dies würdigend assoziiert die von der Antragsgegnerin gewählte Formulierung nicht etwa lediglich, dass der Verzehr von frischem Gemüse der Erhaltung und Kräftigung eines normalen Blutdrucks, mithin der Gesunderhaltung dienlich sein kann, so dass keine i.S. von § 18 Abs. 1 Nr. 1 LMBG "krankheitsbezogene", sondern vielmehr ein ausschließlich "gesundheitsbezogene" Lebensmittelwerbung ohne Krankheitsbezug vorläge. Die Antragsgegnerin stellt mit der Werbeaussage, dass die in frischem Gemüse enthaltenen Beta-Carotin, Ballaststoffe und wichtigen sekundären Pflanzenstoffe, den Blutdruck "regulieren" können, vielmehr den Bezug zu einer von normalen Blutdruckwerten abweichenden, und daher "regulierungsbedürftigen" Störung der normalen Beschaffenheit oder Funktion des Körpers, mithin zu einer Krankheit her. Denn dass es sich insbesondere bei der Hypertonie, die sowohl sekundär, d.h. auf einer Grunderkrankung beruhend, als auch primär, d.h. ohne nachweisbare Ursache sein kann, um ein eigenständiges Krankheitsbild und nicht lediglich um einen Risikofaktor arteriosklerotischer Gefäßerkrankungen handelt, hat der Antragsteller durch Vorlage des Anlagenkonvoluts 9 zum Schriftsatz vom 10.11.2000 (Bl. 133/135 f d.A.) glaubhaft gemacht.

29

4) Unterlassungsantrag gemäß Ziff. 1 g):

30

Soweit das Landgericht allerdings auch die Aussage "Denn dieser enthält die wichtigen Omega-3-Fettsäuren, die u.a. das Herz schützen" als im Sinne von § 18 Abs. 1 Nr. 1 LMBG unzulässige krankheitsbezogene Lebensmittelwerbung untersagt hat, vermag der Senat dem nicht beizutreten und hat die Berufung daher Erfolg.

31

Es ist bereits zweifelhaft, ob der dargestellten Aussage überhaupt ein Krankheitsbezug entnommen werden kann.

32

Denn für sich allein genommen behauptet die Werbeaussage - anders als dies bei der Aussage unter I.d) des Unterlassungsantrags der Fall ist - keine Eignung des Lebensmittels zur Vorbeugung vor Herzkrankheiten, sondern lediglich eine das Herz schützende Wirkung. Durch § 18 Abs. 1 Nr. 1 LMBG sollen indessen allgemeine Hinweise auf die Gesundheit oder Gesundheitsförderung ohne jeden Bezug auf eine Krankheit nicht verboten werden. Allein gesundheitsbezogen ist eine Werbung, die lediglich den in der Erhaltung oder Kräftigung der Gesundheit liegenden Wert eines Lebensmittels herausstellt (vgl. Weidert, a.a.O., S. 958). Dabei spricht manches dafür, dem bloßen Hinweis auf die Eignung eines Lebensmittels zum Schutz bestimmter Körperbereiche, -funktionen oder Organe nicht bereits den Aussagewert des Versprechens einer vorbeugenden Wirkung vor zumindest drohenden Krankheitszuständen beizumessen. Denn auch normale Körperfunktionen können auf diesem Niveau gehalten werden, so dass der versprochene "Schutz" lediglich der Erhaltung eines gesunden Status und nicht notwendig der Vorbeugung vor Krankheiten dienen kann. Das gilt aber auch in der Situation, in der eine Steigerung der Körperfunktionen bzw. des "Schutzes"

33

bei Verzehr eines Lebensmittels als möglich dargestellt wird. Denn dass deshalb dem aktuellen, ggf. verbesserungsfähigen Status ein Krankheitswert zukommt, geht daraus nicht ohne weiteres hervor. Eine abweichende Würdigung, mithin die Annahme eines Krankheitsbezuges, lässt sich im Streitfall auch nicht ohne weiteres aus dem konkreten textlichen Zusammenhang herleiten, in den die streitbefangene Textpassage eingebettet ist. Auch wenn nicht übersehen werden kann, dass der Leser bereits zuvor an anderer Stelle der Werbeanzeige - nämlich im Zusammenhang mit dem als Bestandteil der "Mittelmeerküche" angepriesenen maßvollen täglichen Konsum von Rotwein - auf die Eignung eines Lebensmittels hingewiesen worden ist, Herzkrankheiten vorzubeugen, so wirkt dieser Eindruck doch nicht notwendigerweise beim Lesen des hier betroffenen Textabschnittes noch nach. Denn es handelt sich dabei um ein der Art nach ganz anderes Lebensmittel mit anderen eigens erwähnten Inhaltsstoffen. Dass der Leser - wenn im Zusammenhang mit einem ganz anderen, ebenfalls dem Menüplan der "Mittelmeerküche" zugehörigen Lebensmittel auf dessen Eignung, das Herz schützen zu können, hingewiesen wird - noch einen gedanklichen Bezug zu der in bezug auf Rotwein behaupteten Wirkung, einen Beitrag zur Vorbeugung vor Herzkrankheiten leisten zu können, dergestalt herstellt, dass bei Genuss von Seefisch bzw. den darin enthaltenen Omega-3-Fettsäuren auch ein Schutz vor zumindest drohenden Krankheitszuständen des Herzens bewirkt werden kann, scheint fernliegend.

Spricht vor diesem Hintergrund daher bereits vieles dafür, die hier zu beurteilende Werbeaussage als bloßen Hinweis auf die Erhaltung oder Förderung der Gesundheit zu qualifizieren, so dass schon aus diesem Grund überhaupt kein Bezug zu einer Krankheit hergestellt ist, so fehlt diesem jedenfalls aber die "Bestimmtheit". Eine Aussage bezieht sich nur dann auf die Verhütung, Linderung oder Heilung einer Krankheit, wenn sie eine bestimmte Krankheit oder ein bestimmtes Krankheitsbild direkt oder auch indirekt durch Hinweise auf körperliche Zustände oder auf Wirkungen des Lebensmittels anspricht, die der Verbraucher mit bestimmten Krankheiten in Verbindung bringen kann (vgl. BGH a.a.O. - "Gelenk-Nahrung"-; Zipfel/Rathle, a.a.O., § 18 LMBG Rdn. 19 m.w.N.). So liegt der Fall hier indessen nicht. Denn auch wenn insoweit nicht zu fordern ist, dass eine bestimmte konkrete Krankheit benannt wird, muss es dem von der Werbung angesprochenen Verkehr doch möglich sein, ein spezifisches Krankheitsbild zumindest in seiner allgemeinen symptomatischen Erscheinungsform erkennen zu können. Irgendwelche Hinweise darauf, welche Erkrankung des Herzens durch die erwähnten "Omega-3-Fettsäuren" verhütet werden könnte, lässt sich der Werbeaussage indessen nicht entnehmen. Vielmehr wird pauschal davon gesprochen, dass das Herz geschützt werden könne, ohne dass auch nur indirekt Hinweise vorhanden sind, die der Verkehr mit einer bestimmten Krankheit oder mit bestimmten Krankheitsbildern des Herzens in Verbindung bringen kann.

III. 35

Die Kostenfolge ergibt sich aus § 92 Abs. 1 ZPO. 36

Soweit die Kostenentscheidung sich auf die erste Instanz bezieht, ist zu berücksichtigen, dass das Landgericht das Teilunterliegen des Antragstellers hinsichtlich des Antrags unter Ziff. 1 a) und d) unberücksichtigt gelassen hat. In der angefochtenen Entscheidung sind die Kosten lediglich zu 3/7 dem antragstellenden Verband auferlegt worden, wobei das Landgericht sich offenkundig von der Erwägung leiten ließ, dass - weil der Antragsteller mit drei (= Ziff. 1 b), 1 c) und 1 e)) der insgesamt sieben Anträge unterlag - diese Kostenquote der Angemessenheit entspricht. Einzubeziehen ist indessen ebenfalls das Teilunterliegen des Antragstellers mit seinem unter Ziff. 1 a) geltend gemachten Unterlassungsbegehren. Bezogen auf einen anteiligen Streitwert von jeweils 10.000,00 DM pro Unterlassungsantrag 37

ist hinsichtlich des Antrags unter Ziff. 1 a) ein mit 5.000,00 DM zu bewertendes hälftiges Teilunterliegen in Ansatz zu bringen, so dass sich insoweit die erstinstanzliche Kostenquote zum Nachteil des Antragstellers verschiebt. Gleiches gilt hinsichtlich des Unterlassungsantrags unter Ziff. 1 d), soweit dieser mit dem erstinstanzlichen Urteil teilweise aberkannt worden ist.

Die sich auf die Berufungsinstanz beziehende Kostenentscheidung trägt dem neu festgesetzten Berufungsstreitwert Rechnung. 38

Gemäß § 545 Abs. 2 ZPO ist das Urteil mit seiner Verkündung rechtskräftig. 39

In Abänderung des Senatsbeschlusses vom 15.02.2001 wird der Streitwert für die Berufung auf 30.000,00 DM, nämlich jeweils 5000,00 DM für die Unterlassungsanträge gem. Ziff 1 a) und d) sowie je 10.000,00 DM für die Unterlassungsanträge unter Ziff. 1 f) und g) festgesetzt. 40